

# Komunikasi Citra Pariwisata Kabupaten Tana Toraja

## Berbasis *New Media*

**Aji Bhatara Allorerung**

**Nobertus Ribut Santoso**

Program Studi Ilmu Komunikasi, FISIP

Universitas Atma Jaya Yogyakarta

Jl. Babarsari No. 6, Yogyakarta 55281

Email: [ajibhatara1@yahoo.co.id](mailto:ajibhatara1@yahoo.co.id)

### ABSTRAK

Latar belakang penelitian ini bertujuan untuk mengetahui komunikasi citra pariwisata Kabupaten Tana Toraja berbasis *new media*. Permasalahan dalam penelitian ini adalah Tana Toraja merupakan salah daerah Kabupaten di Sulawesi Selatan yang memiliki potensi wisata yang beragam dan menarik untuk dikunjungi. Salah satu potensi wisata yang dimiliki Tana Toraja adalah upacara adat kematian. Dalam perjalanannya, Pemerintah Daerah Tana Toraja tidak hanya ingin mengangkat upacara adat kematian saja, melainkan banyak potensi wisata yang bisa dikunjungi oleh wisatawan. Oleh karena itu, Pemerintah Daerah Tana Toraja ingin mengangkat pariwisata yang berbasis “*go green*” dan memperkenalkan *tagline* yang dimiliki Tana Toraja “*Discover The Sacred Highlands*”. Untuk itu Pemerintah Daerah Tana Toraja memanfaatkan website untuk mengkomunikasikan citra pariwisata yang ingin disampaikan. Penelitian ini menggunakan jenis penelitian kualitatif dengan metode penelitian deskriptif. Metode pengumpulan data yang digunakan adalah wawancara mendalam dan observasi langsung, peneliti melakukan wawancara dengan pihak Pemerintah Daerah Tana Toraja dan didukung dengan observasi langsung serta pengamatan *website* Pemerintah Tana Toraja. Setelah melakukan penelitian, didapatkan hasil bahwa Humas Pemerintah Daerah Tana Toraja belum secara optimal memanfaatkan *website* Tana Toraja dalam komunikasi citra pariwisata. Hal ini bisa dilihat dari kurangnya informasi-informasi yang diberikan khususnya dalam hal pariwisata karena masih banyaknya kolom-kolom yang kosong kemudian *website* Tana Toraja juga belum interaktif. Untuk itu Pemerintah Tana Toraja hendaknya fokus memperbaiki *website* menjadi interaktif dan informatif sehingga citra pariwisata yang ingin dikomunikasikan dapat tersampaikan dengan baik kepada khalayak khususnya wisatawan.

**Kata Kunci :** *website*, citra, Humas Pemerintah.

Peneliti akan lebih khusus membahas mengenai salah satu jenis dari media internet yaitu *website*. Pesan yang disampaikan di dalam *website* mempengaruhi ketertarikan publik mengenai suatu informasi. Apabila isi atau pesan yang ingin disampaikan dalam *website*

sangat berkualitas, maka akan mempengaruhi penerimaan serta pemahaman dari penerima informasi dari *website* tersebut. Sehingga isi atau kualitas dari *website* sangat penting diperhatikan guna penyampaian pesan terhadap publik sasaranannya demi mencapai hubungan yang baik baik oleh perorangan maupun perusahaan atau organisasi. Organisasi dapat memilih dan menggunakan *website* sebagai alat penyampaian pesan kepada publik sasaranannya. Dalam organisasi, *website* digunakan guna memperkenalkan diri menarik perhatian dan menjalin relasi yang baik dengan publik melalui sebuah media. *Website* yang dibuat oleh organisasi dapat memberikan informasi seputar organisasi yang kiranya patut diketahui oleh publik luas seperti profil, visi dan misi, sejarah, kontak, serta informasi seputar organisasi tersebut. *Website* digunakan perusahaan salah satunya juga untuk meningkatkan pesan yang ingin disampaikan oleh perusahaan kepada publiknya.

*Website* dapat di pergunakan oleh perorangan maupun sebuah perusahaan baik profit maupun non profit guna menyampaikan berbagai informasi kepada publik. Organisasi yang memiliki *website* salah satunya adalah organisasi pemerintah. Layaknya organisasi pemerintahan, tentu haruslah terbuka dalam segala bentuk informasi, kritik, saran, serta permintaan dari publik langsung. Untuk mengelola itu semua dibutuhkan seorang praktisi Humas dalam menjalankan perannya sebagai humas pemerintah dimana mereka menjalankan tugas sebagai pendengar dan juga pengelola opini publik serta membentuk citra organisasi menjadi baik. Humas sendiri berperan dalam mempermudah pelayanan publik terhadap akses birokrasi agar tidak berbelit-belit serta memberikan informasi terkait dengan kebijakan pemerintah kepada para publik. Tujuan lain dari Humas di pemerintahan juga tidak berbeda dengan tujuan keberadaannya di organisasi-organisasi profit, yakni untuk membangun, membentuk, serta mempertahankan citra positif dari organisasi tersebut oleh publik dengan

melakukan berbagai kebijakan dan program-program yang dianggap mampu untuk mencapai tujuan tersebut (Ardianto, 2011:239).

Setelah mengetahui potensi apa yang ingin digali dan disampaikan kepada publik oleh pemerintah Tana Toraja, peneliti ingin lebih lanjut lagi menggali bagaimana humas pemerintah memanfaatkan dan merasakan manfaat *website* sebagai salah satu media komunikasi. Dengan adanya *website* yang dilakukan oleh humas pemerintah, diharapkan dapat mengomunikasikan citra pariwisata di Tana Toraja. Citra pariwisata yang baik tersebut diharapkan menuju kepada para wisatawan, baik wisatawan dalam negeri maupun wisatawan asing. Citra pariwisata yang diharapkan oleh Pemerintah Daerah Tana Toraja adalah masyarakat luas tidak hanya mengenal Tana Toraja dengan upacara kematiannya saja, tetapi juga memiliki potensi-potensi budaya serta alam yang luar biasa berbasis “*go green*” untuk di eksplor dan masyarakat mengetahui dengan adanya *tagline* yang diusung oleh Tana Toraja yaitu “*Discover The Sacred Highlands*”. Bila sebelumnya di Tana Toraja belum maksimal untuk menjual potensi wisatanya, kemudian masih minimnya pendapatan hotel dan jasa pariwisata, minimnya informasi dan belum tereksposnya potensi wisata di Tana Toraja, maka dengan pemanfaatan *new media website* sendiri diharapkan dapat membantu hal di atas menjadi lebih baik dan meningkat.

Untuk mencapai itu semua jelas diperlukan peran dan fungsi kehumasan dalam menjalin hubungan antara pemerintah dengan semua *stakeholders* terkait. Seperti yang telah dijelaskan sebelumnya bahwa kabupaten Tana Toraja memiliki potensi pariwisata yang cukup besar dan juga ditambah bahwa humas pemerintahan juga sudah memanfaatkan *website* dalam rangka mendukung penyebaran informasi mengenai wisata yang dimiliki kabupaten Tana Toraja, untuk itu dirasa penting bagi humas pemerintah dalam mengomunikasikan citra pariwisata

yang baik kepada para wisatawan dalam negeri maupun wisatawan asing yang ingin diwujudkan khususnya melalui pemanfaatan *website* di Pemerintah kabupaten Tana Toraja. Dijelaskan lebih lanjut oleh Rini (2012: 23) bahwa pemahaman tentang strategi membangun hubungan dan juga memanfaatkan *new media* dengan baik dapat menentukan seorang Humas dalam keberhasilannya untuk menjangkau perhatian khalayak.

## **METODOLOGI PENELITIAN**

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah studi kasus. Metode ini digunakan dalam penelitian kali ini karena peneliti secara langsung mengamati kasus atau permasalahan yang ingin diteliti, dalam hal ini bagaimana komunikasi citra pariwisata Kabupaten Tana Toraja berbasis *new media*, yang nantinya peneliti akan lebih banyak mengamati *website* Pemerintah Daerah Tana Toraja dan juga mengamati apakah *website* tersebut sudah efisien atau belum dalam pengkomunikasian citra pariwisata yang diinginkan. Studi kasus adalah metode riset yang menggunakan berbagai sumber data yang bisa digunakan untuk meneliti, menguraikan, dan menjelaskan secara komperhensif berbagai aspek individu, kelompok, suatu program, organisasi atau peristiwa secara sistematis. Penelaah berbagai sumber data ini membutuhkan berbagai macam instrument pengumpulan data. Oleh karena itu peneliti dapat menggunakan wawancara mendalam, observasi partisipan, dokumentasi, rekaman, bukti-bukti fisik, dan lainnya.

## **HASIL PENELITIAN**

Citra yang dibentuk oleh Pemerintah Daerah Kabupaten Tana Toraja adalah pariwisata yang mengangkat tradisi serta kebudayaan lokal serta wisata alam. Sesuai dengan visi misi Tana Toraja ingin membentuk citra pariwisata yang berbasis budaya dan lingkungan (*go-green*). Pemerintah berusaha untuk menciptakan serta mengelola potensi wisata dengan

mengutamakan budaya tradisional, upacara adat, serta sejarah yang terdapat di Kabupaten Tana Toraja. Hal ini dikemukakan oleh narasumber-narasumber yang peneliti datangi.

Guna mempertahankan serta membangun citra yang diinginkan, Pemerintah Daerah Kabupaten Tana Toraja menggunakan media sebagai sarana untuk berkomunikasi dengan publik atau *stakeholdernya*. Media yang digunakan Pemerintah Daerah Kabupaten Tana Toraja sendiri antara lain *website* dan facebook yang paling efektif digunakan. Seluruh sarana media komunikasi tersebut secara terperinci dibuat oleh tim yang dibentuk yang melibatkan divisi-divisi tertentu di pemerintahan Tana Toraja. Terkhusus media *website* yang dimiliki Pemuda Kab Tana Toraja, mereka mempekerjakan Admin *website* guna mengurus *website* mulai dari konten, pengoperasian, dan lain-lain.

Admin *website* menjelaskan bahwa media merupakan salah satu sarana Pemerintah Daerah untuk menyampaikan informasi kepada khalayak luas baik informasi yang berupa berita maupun sekedar mempromosikan potensi-potensi di Tana Toraja. Pemerintah Tana Toraja sendiri lebih banyak menggunakan media berbasis *online* sebagai sarana penyampaian pesan daripada menggunakan media cetak, mengapa demikian, karena media *online* sekarang semua sudah bisa mengakses dengan mudah dan cepat, sedangkan media cetak sendiri memiliki biaya yang cukup besar apabila menggunakannya sebagai sarana promosi. Memang sekarang Pemda Kab Tana Toraja masih menggunakan *leaflet* sebagai salah satu media cetak, tetapi menurut narasumber tetap yang paling efektif adalah media online khususnya *website* dan facebook dikarenakan tidak memakan biaya banyak dan juga dapat lebih luas penyebaran informasinya. Untuk itu peneliti akan tetap fokus pada *website* yang dimiliki oleh Pemerintah Daerah Kabupaten Tana Toraja saja. Alasan peneliti untuk berfokus pada penelitian *website* Pemerintah Tana Toraja karena media ini dianggap sangat efektif untuk pemerintah

menyampaikan berbagai informasi terkait Kabupaten Tana Toraja, dapat diakses dengan mudah oleh masyarakat luas, dan tidak memakan biaya yang cukup banyak, dikarenakan sebelum adanya *website* Pemerintah Daerah Tana Toraja menggunakan selebaran atau *leaflet* untuk menyampaikan informasi atau sarana promosi, tetapi setelah di rasakan ini memakan biaya yang cukup banyak dan tidak efektif sebagai sarana promosi dan penyampaian informasi yang tidak bisa diakses kapan saja dan dimana saja, untuk itu Pemerintah Daerah Tana Toraja menggunakan *website* dan media sosial lain seperti facebook sebagai sarana informasi kepada khalayak. Untuk informasi yang tertera di *website* pemerintah sendiri juga sebenarnya berasal dari humas maupun dari dinas pariwisata itu sendiri apabila dalam kolom pariwisata. Kegiatan apa saja yang sedang berlangsung, promosi apa yang ditawarkan oleh Tana Toraja, dan lain-lain yang berhubungan oleh Tana Toraja ini disampaikan langsung oleh dinas Pariwisata.

Tujuan Pemerintah Daerah Kabupaten Tana Toraja menggunakan *website* atau media *online* lainnya sebagai sarana komunikasi adalah guna memperkenalkan Kabupaten Tana Toraja secara umum, dan sekaligus memberikan pencitraan terhadap pariwisata di Kabupaten Tana Toraja. Setiap media yang dimiliki oleh organisasi tentu memiliki kekuatan dan kekurangan, dari situ organisasi dapat melihat hal apa saja yang perlu dibenahi terkait kekurangan dari media tersebut dan kekuatan apa yang harus dipertahankan dari media yang telah dimiliki.

Dalam pemerintahan dan sistem organisasi Pemerintah Kabupaten Tana Toraja sebenarnya tidak memiliki Humas dalam sistem organisasinya, melainkan dibagi menjadi sub bagian-bagian, antara lain sub bagian protokoler dan perjalanan, yang kedua sub bagian peliputan dan pemberitaan, yang ketiga sandi telekomunikasi (santel). Ketiga subbag tersebut

menjalankan fungsinya sebagai humas pemerintah dan saling keterkaitan satu sama lain. Ketiga subbag ini menjalankan tugas sesuai dengan jobdesknya masing-masing.

Media sosial sendiri digunakan oleh Pemerintah Daerah Kabupaten Tana Toraja seperti yang dijelaskan peneliti di atas bahwa guna menyampaikan pesan kepada khalayak secara mudah dan cepat. Oleh sebab itu salah satu tugas untuk mengurus *website* dilaksanakan oleh ketiga sub bagian tersebut yang dimana dalam pelaksanaannya mereka saling keterkaitan. Tetapi karena keterbatasan pengetahuan yang cukup dan memadai untuk mengurus perihal *website*, sub bagian tersebut mempekerjakan karyawan yang diperbantukan *Admin website* yang khusus mengurus *website* mulai dari isi, interaksi dengan pengguna, dan evaluasi. Pada awal 2011 admin *website* diminta oleh Bupati Tana Toraja untuk membangun *website* kembali terutama seluruh pembangunan serta sektor pariwisata yang ingin ditonjolkan pada *website* ini.

Untuk menciptakan citra pariwisata yang baik, Pemerintah Tana Toraja mengemas *website* atau media-media lainnya dengan semenarik mungkin, yang dimana dalam setiap halaman disertakan gambar serta penjelasan yang menarik. Dari media yang menarik tersebut komunikasi yang dihasilkan akan menjadi efektif karena banyaknya orang yang menjadi penerima pesan. Selain itu, *website* merupakan sarana komunikasi yang efektif dan mudah karena tidak memakan biaya yang cukup banyak.

## **ANALISIS**

Informasi-informasi serta pesan yang ingin disampaikan di *website* tetap sub bagian Humas yang mencari, kemudian disampaikan kepada Karyawan *non government* selaku yang mengurus *website* sehingga dapat dimasukkan di *website* informasi tersebut. Hal ini selaras dengan Cutlip, Center dan Broom (2009: 18-20) yang mengatakan tugas dari Humas

Pemerintah adalah memberikan serta memastikan arus informasi kepada orang didalam dan diluar pemerintahan. Informasi yang dimaksud sesuai dengan definisi di atas adalah segala informasi yang berkaitan dengan Tana Toraja seperti informasi dari Bupati, info serta kalender pariwisata, informasi acara-acara di Tana Toraja, dan lain sebagainya yang nantinya dapat dengan mudah diakses oleh masyarakat dari belahan manapun di *website* Pemerintah Daerah Tana Toraja. Tentu dalam menyampaikan serta memberikan informasi kepada masyarakat ini guna menciptakan citra positif Pemerintah Daerah Tana Toraja sendiri. Diharapkan tugas Humas Pemerintah Daerah Tana Toraja juga dapat mengomunikasikan citra pariwisata yang diinginkan oleh Pemerintah, dimana Pemerintah mengharapkan khalayak mengetahui misi yang ingin dicapai oleh Pemerintah tentang pariwisata yaitu tentang program penghijauan “*Go green*” pada Tana Toraja dengan mengusung pariwisata yang berbasis budaya dan lingkungan “*Eco Culture Tourism*” yang dimana hal ini terdapat di *website* Tana Toraja sendiri pada bagian pemerintahan pada sub kolom visi dan misi, dari sini sangat jelas bahwa Pemerintah Tana Toraja sangat serius untuk melaksanakan program tersebut. Kemudian berdasarkan wawancara Peneliti dengan Pemerintah, Pemerintah Daerah Tana Toraja juga ingin memperkenalkan dan memberikan informasi kepada khalayak di Indonesia maupun mancanegara bahwa Tana Toraja memiliki tagline “*Discover The Sacred Highlands*”.

Dari *website* yang digunakan Pemda Tana Toraja diharapkan dapat membentuk opini oleh masyarakat luas bahwa Tana Toraja memiliki potensi wisata yang menarik untuk dikunjungi yang bisa dilihat dari *website* yang memuat seputar pariwisata Tana Toraja. Komunikasi merupakan bagian yang tidak terpisahkan dari manusia. Setiap manusia pastinya akan selalu melakukan komunikasi baik secara verbal dan non verbal. Komunikasi menjadi elemen penting bagi manusia dalam proses adaptasi dengan lingkungannya. Halini selaras



menurut Carl I. Hovland dalam Mulyana (2010:68) komunikasi merupakan suatu proses yang memungkinkan seseorang (komunikator) menyampaikan rangsangan untuk mengubah perilaku orang lain (komunikator). Dalam hal ini komunikator adalah Pemerintah Daerah Tana Toraja yang ingin merubah pandangan dari khalayak baik di Indonesia sendiri maupun mancanegara bahwa di Tana Toraja banyak tujuan wisata yang harus dikunjungi, hal ini didukung dengan adanya misi yang ingin dicapai oleh Pemerintah Daerah Tana Toraja dengan program mengenai pariwisata yaitu program penghijauan “*go green*” serta pariwisata yang berbasis budaya dan lingkungan “*Eco Culture Tourism*” dan salah satunya pengkomunikasian citra pariwisata tersebut melalui *website*. Langkah yang dilakukan oleh Pemerintah Tana Toraja dalam hal pemanfaatan *website* ini merupakan langkah yang di sengaja untuk mempengaruhi khalayak agar mengetahui potensi wisata serta mengomunikasikan citra pariwisata yang dimiliki Tana Toraja yang Tana Toraja memuat berbagai informasi-informasi tentang Tana Toraja yang dimana *website* tersebut berisi tentang Tana Toraja dari segi pemerintahan, informasi umum tentang Tana Toraja, pariwisata, dan lain sebagainya. Pernyataan di atas sesuai dengan yang dikemukakan oleh Shanon & Weaver dalam Cangara, bahwa komunikasi sebagai bentuk interaksi manusia yang saling mempengaruhi satu sama lainnya, sengaja ataupun tidak sengaja, tidak terbatas dalam bentuk komunikasi menggunakan bahasa verbal, tapi juga dalam hal ekspresi muka, lukisan, seni, dan teknologi (1998:19).

Tujuan dari penggunaan media sendiri yakni membantu mempromosikan, mengomunikasikan segala sesuatu serta menjalin komunikasi yang berkesinambungan, meningkatkan kepercayaan publik, dan mengomunikasikan citra (Yuliana, 2014:7) hal ini merupakan tujuan yang dilakukan oleh Pemerintah Daerah Tana Toraja yang dimana memanfaatkan media *website* sebagai sarana untuk mempromosikan serta mengomunikasikan

potensi wisata yang ada di Tana Toraja yang kemudian darisitu dapat terjalin komunikasi dengan berbagai kalangan baik dari calon wisatawan yang akan datang ke Tana Toraja.

*Website* yang dimiliki oleh Pemda Kab Tana Toraja sendiri merupakan salah satu *new media* atau media baru yang dimana mengacu pada teknologi yang berusaha menggabungkan antara berbagai *hardware* dan aplikasi *software* menurut Pavlik (Errivanh, 2014:24-26). Secara langsung disadari bahwa *new media* memudahkan para wisatawan dalam mengakses informasi dengan digital secara mudah. Dan hal ini juga dimanfaatkan dengan baik oleh Pemerintah Daerah Kabupaten Tana Toraja kepada *stakeholdernya*. *Website* Tana Toraja sendiri di design dengan memuat berbagai informasi-informasi yang ingin disampaikan oleh Pemerintah Tana Toraja.

Menurut Pemerintah Daerah Tana Toraja *website* merupakan salah satu media yang efektif untuk mereka menyampaikan informasi karena memiliki kelebihan seperti menurut Effendi (Sari, 2013: 9) antara lain: ada dimana-mana, Teknologi internet yang mudah diakses dimana saja dan kapan saja merupakan salah satu kelebihan dari *website*, jangkauan global, *Lifetime Usefull*, komplit.

Pemerintah Daerah Tana Toraja memilih *website* sebagai salah satu sarana komunikasi dengan masyarakat karena dalam *website* tersebut tentu memiliki karakteristik dan hal ini menjadi tolak ukur untuk *website* yang baik seperti yang dikemukakan oleh Sutanta (Yulisda, 2014: 26) antara lain: informatif, edukatif, komunikatif, entertainment.

Seperti yang dikemukakan dalam *technological determinism theory* perubahan cara berkomunikasi dalam membentuk sebuah budaya dilakukan dengan melalui beberapa tahap. Tahap pertama adalah era suku atau purba, sebelum mengenal media elektronik, cetak, komunikasi hanya didasarkan pada cerita, narasi, dongeng sama seperti cerita seputar Tana

Toraja, seperti upacara adat, budaya, dan tempat-tempat wisatanya masyarakat hanya mendengar dari cerita-cerita bahwa Tana Toraja memiliki adat serta tempat wisata yang menarik dan eksotis. Kemudian masuk pada era huruf yang dimana masyarakat mulai mengenal huruf untuk berkomunikasi. Lalu era *the print age* dimana Pemerintah Daerah Tana Toraja mulai menyebarluaskan informasi ke seluruh dunia melalui kata-kata dan dapat di print atau di cetak. Seperti yang di lakukan Pemerintah Tana Toraja membuat *leaflet* untuk memuat informasi seputar Tana Toraja, seperti informasi tempat wisata, *event* bulanan, dan lain sebagainya. Era selanjutnya adalah era *the electrical age* yang dimana mulai ditemukannya berbagai macam alat atau teknologi komunikasi seperti telephone, computer, radio, dan lain-lain. Media massa ini mampu membawa manusia mampu untuk bersentuhan dengan manusia lainnya kapan saja, dimana saja, dan saat itu juga. Begitu pula yang dilakukan oleh Pemerintah Tana Toraja yang melihat bahwa saat ini adalah era komunikasi elektronik yang paling efektif dalam penyebaran informasi, oleh karena itu Pemerintah Tana Toraja mengaktifkan lagi *website* yang sempat mati dan kemudian dijadikan sebagai salah satu media komunikasi antara Pemerintah dengan masyarakat. Informasi yang disampaikan oleh Pemerintah Tana Toraja seputar Tana Toraja, kalender *event*, informasi tempat wisata, dan lain-lain dapat diakses dengan mudah oleh masyarakat di seluruh Indonesia bahkan dunia karena sangat mudah untuk mengakses website Tana Toraja.

Berdasarkan hasil wawancara serta temuan data yang penulis lakukan, dapat disimpulkan bahwa Pemerintah Daerah Tana Toraja belum memanfaatkan *website* dengan maksimal. Hal tersebut dapat dilihat antara lain Humas Pemerintah yang tidak menangani secara langsung *website* Pemerintah Daerah Tana Toraja, Kurangnya informasi yang disampaikan dalam *website* dilihat dari kolom *website* yang masih banyak kosong dan tidak di *update*, Tidak

adanya evaluasi *website* secara rutin yang membahas terkait kolom atau informasi pariwisata, *Website* Pemerintah Daerah Tana Toraja dirasa kurang interaktif karena tidak ada kolom langsung dalam *website* untuk interaksi antara pengakses *website* dengan Pemerintah Tana Toraja sendiri.

## KESIMPULAN

Humas Pemerintah Daerah Tana Toraja menggunakan *new media website* sebagai salah satu media yang efektif sebagai sarana penyampaian informasi secara keseluruhan yang ingin disampaikan oleh Pemerintah itu sendiri. Dalam penggunaannya Humas Pemerintah Daerah Tana Toraja belum memanfaatkan *website* secara optimal dalam mengomunikasikan citra pariwisata Tana Toraja.

Dari sisi interaktivitas, *website* Tana Toraja dapat dikatakan belum binteraktif dan informatif karena tidak tersedia ruang komunikasi dua arah yang memungkinkan terjadi interaksi dan pertukaran informasi antara Pemerintah dengan khalayak. Hal ini dikarenakan *website* Tana Toraja tidak langsung dikelola oleh Humas Pemerintah Daerah Tana Toraja sendiri, sehingga untuk informasi yang ingin disampaikan masih belum maksimal yang ditampilkan dalam *website* tersebut. Kemudian hasil penelitian menunjukkan bahwa isi pesan yang disampaikan dalam *website* Tana Toraja masih belum maksimal, hal ini bisa dilihat dari *website* Tana Toraja yang hanya memuat informasi tentang Tana Toraja secara garis besarnya saja, seperti sejarah, visi misi, tentang Tana Toraja, dan lain-lain. Tetapi dalam kolom pariwisata sendiri, Humas Pemerintah masih belum memaksimalkan informasi yang ingin disampaikan dalam hal pariwisata yang ada di Tana Toraja dan masih belum mengemas informasi terkait pariwisata secara menarik hal ini terlihat dari kolom-kolom pariwisata yang masih kosong dan tidak terisi. Kemudian yang terpenting, Pemerintah Daerah Tana Toraja

khususnya divisi Humas tidak secara serius melakukan evaluasi terhadap *website* Tana Toraja terutama dalam sektor pariwisata sehingga belum ada perbaikan atau penambahan informasi yang lengkap mengenai pariwisata Tana Toraja.

#### DAFTAR PUSTAKA

- Ardianto, Elvinaro. (2011). *Handbook of Public Relations*. Bandung. Simbiosis Rekatama Media
- Cutlip, Scott M, et al. (2009). *Effective PR*. Jakarta, Indonesia. Kencana
- Mulyana, Deddy. (2010). Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar. Bandung, Indonesia: PT. Remaja Rosdakarya.
- Cangara, Havied. (1998). Pengantar Ilmu Komunikasi. Jakarta, Indonesia: Raja Grafindo Persada.
- Yuliana, Nina. (2014). *Media Relations*. Yogyakarta. Graha Ilmu
- Errivanh, H. (2014). Pemanfaatan *New Media* dalam Membangun Hubungan Pelanggan di PT. Aseli Dagadu Djokdja. Skripsi. Yogyakarta: UAJY
- Sari, YP. (2013). Pengaruh terpaan informasi melalui internet tentang pariwisata terhadap motivasi komunitas penggemar *travelling* berkunjung ke Yogyakarta. Skripsi. Yogyakarta: UAJY